

BAB 5

ANALISIS HASIL PENELITIAN

5.1. Sejarah Singkat PT. Telkom Kandatel Surabaya Timur

Berdasarkan PP No. 9 tahun 1969 PT. Telkom Kandatel Surabaya Timur khusus menangani jasa telekomunikasi daerah Surabaya Timur, yang meliputi wilayah Surabaya Timur, Sidoarjo, Mojokerto, dan Jombang.

Bisnis utamanya sampai saat ini adalah menyediakan PSTN (Publik Switch Telephone Network) dan menyelenggarakan jasa melalui PSTN. Jenis jasa telekomunikasi yang sudah beroperasi sampai tahun 1999 adalah jasa telepon dalam negeri termasuk penyediaan telpon umum baik kartu maupun koin, jasa interkoneksi kepada penyelenggaraan telekomunikasi lain diantaranya diperoleh dari PT. INDOSAT dan SATELINDO, jasa interkoneksi dari penyelenggaraan telekomunikasi internasional dan STTBS (sistem telepon bergerak selular), jasa satelit dan jasa lainnya berupa VSAT, e-mail, calling card, telex dan telegram. Untuk jasa telegram saat ini telah dihapus.

Pada saat ini PT. Telkom Tbk telah menciptakan telkom baru yang telah dirumuskan dengan istilah ‘The Telkom Way 135’ sebagai perusahaan besar yang tengah menghadapi perubahan krisis. The Telkom Way 135 ini merupakan ciptaan baru dan akan menjadi perusahaan yang tengah menghadapi perubahan krisis dari luar. Didalam The Telkom Way 135 ini terkandung beberapa unsur yang secara integral harus menjiwai insan telkom yaitu :

1. Asumsi dasar yang disebut committed 2u
2. Nilai inti yang mencakup
 - a. Customer Value.

- b. Excellent Service.
 - c. Competent People
3. Langkah perilaku untuk memenangkan persaingan yang terdiri dari :
- a. Stretch the goals
 - b. Simplify
 - c. Involve everyone
 - d. Quality is my job, dan
 - e. Reward the winners

Adapun dalam mencapai kesuksesan untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang suatu perusahaan harus mempunyai visi dan misi yang digunakan dalam operasional perusahaan. Visi dan misi Telkom adalah sebagai berikut :

VISI

To Become a Dominant Info Com Player in the Region

Maksud dari visi ini adalah Telkom akan selalu berupaya untuk menepatkan diri sebagai perusahaan infocom yang mempunyai pengaruh dalam kawasan Asia, dan terlebih lagi di kawasan Asia – Pasifik.

MISI

1. *Managing Business Through Best Practices, Optimizing Superior Human Resources, Competitive Tecnology and Synergizing Bussiness Partners.*

Maksud dari misi tersebut adalah sebagai berikut : Telkom akan selalu mengelola bisnis melalui praktek - praktek terbaik dengan mengoptimalkan Sumber Daya Manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif serta akan berusaha membangun komitmen yang menguntungkan secara timbal balik dan saling mendukung secara sinergis.

2. To Provide One Stop Services with Excellent Quality and Competitive Price.

Maksud dari misi tersebut diatas adalah Telkom akan selalu menjamin bahwa pelanggan harus mendapatkan pelayanan terbaik yang berupa kemudahan, kualitas produk dan kualitas jaringan yang tentunya kesemuanya itu didapat dengan harga yang kompetitif pula.

PT. Telkom Kandatel Surabaya Timur dalam menjalankan misinya agar berhasil dan berjalan sebagaimana mestinya maka selalu mengembangkan karyawannya agar kompetitif dengan cara mengadakan pendidikan dan pelatihan secara kontinyu.

5.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. TELKOM Kandatel Surabaya timur adalah struktur organisasi garis atau lini. Tipe organisasi hanya mengenal satu pimpinan , dimana wewenang mengalir dari pimpinan kepada bawahan melalui garis lurus, sedangkan bawahan bertanggung jawab langsung kepada atasan sesuai atasan sesuai dengan bidangnya masing-masing. Arah pertanggung jawaban dimulai dari pimpinan yang paling tinggi. Bagi pimpinan yang bukan garis kewenangan tidak berhak memerintah atau menerima pertanggung jawaban pegawai bagian lain yang bukan wewenangnya, dengan bentuk organisasi tersebut maka setiap pimpinan mempunyai wewenang dan tanggung jawab yang tegas.

5.3. Gambaran Umum responden

Pada penelitian ini dilakukan pengumpulan data melalui pengiriman kuesioner secara langsung kepada 184 responden. Responden dalam penelitian ini

adalah karyawan PT. Telkom Kandatel Surabaya Timur (Metro) yang pernah melaksanakan pelatihan yang diadakan pada tahun 2002. Peneliti mengambil responden pada periode tersebut dengan harapan bahwa mereka telah dapat mentransfer hasil pelatihan ke pekerjaan dan masih ingat pada pelaksanaan pelatihan yang mereka telah jalankan sehingga mempermudah dalam mengisi kuesioner yang mereka terima. Adapun dari jumlah kuesioner yang dikirimkan yaitu sejumlah 184 eksemplar, yang kembali sebanyak 104 eksemplar dengan tingkat pengembalian sebesar 56,52 % ($104/184 \times 100\%$) jumlah tersebut sekaligus merupakan jumlah responden yang akan diolah.

Tabel 5.1
Jumlah responden berdasarkan unit kerja
PT. Telkom Kandatel Surabaya Timur (Metro) Tahun 2002

No	Unit Kerja	Total	
		n	%
1.	Marketing	9	8,65
2.	Ophar Jarakses	22	21,16
3.	Customer Service	20	19,23
4.	Support	26	25
5.	Perencanaan	14	13,46
6.	Keuangan	13	12,5
Total		104	100

Sumber : Data Primer diolah

Pada Tabel 5.1 berdasarkan jumlah kuesioner yang dianalisis, dapat diketahui gambaran jumlah responden yang telah mengikuti pelatihan berdasarkan unit kerja. Bagian (unit kerja) yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah

sembilan orang (8,65 %) responden merupakan unit kerja di bagian marketing, 22 orang (21,23 %) bekerja di bagian Ophar Jaksas, 20 orang (19,23) di bagian customer service, 26 orang (25 %) bekerja di bagian support, 14 orang (13,46 %) di bagian perencanaan, dan 13 orang (12,5 %) bekerja di bagian keuangan.

5.3.1. Data Demografi Responden

Tabel 5.2
Data Demografi responden Peserta Pelatihan Th (2002)
PT. Telkom Kandatel Surabaya Timur

Keterangan	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin :		
Pria	65	62,50 %
Wanita	39	37,50 %
Umur Responden		
20 - 25	6	5,77%
26 - 30	10	9,63 %
31 - 35	15	14,43%
36 - 40	26	25 %
≥ 40	46	44,23 %
Pendidikan		
SLTA	43	41.35 %
D1	8	7,69 %
D2	18	17,31 %
D3	23	22,12 %
S1	12	11,53 %
Lama Bekerja		
1 – 5 tahun	3	2,88 %
6 – 10 tahun	11	10,58 %
11 – 15 tahun	14	13,46 %
15 – 20 tahun	31	29,81 %
> 20	45	43,27 %

Sumber : Data primer diolah

Pada Tabel 5.2 menggambarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pengalaman kerja responden (gambaran responden berdasarkan karakteristik). Pada diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dari pada responden perempuan yaitu berjumlah 62,5 %, sedangkan responden perempuan

sejumlah 37.5 %. Tingkat pendidikan responden yang terbanyak adalah SLTA yaitu sebanyak 41.35 %, dengan lama kerja > 20 th sebesar 43,27 %.

5.4. Deskriptif Variabel

Statistik deskriptif di bawah ini akan digunakan sebagai dasar untuk menguraikan kecenderungan jawaban responden dari tiap-tiap variabel, baik variabel eksogen (independent), variabel intervening, dan variabel endogen (dependent).

Tabel 5.3
Distribusi Frekuensi Variabel eksogen (X), Variabel Intervening (Z),
dan Variabel Endogen (Y)

Variabel	Frequency	Percent	Valid Percent
Locus of control (X1)			
Valid eksternal	42	40,4	40,4
Internal	62	59,6	59,6
Orientasi Tujuan Pembelajaran (x2)			
Valid Tinggi	65	62,5	62,5
Rendah	39	37,5	37,5
Lingkungan Kerja (X3)			
Valid Mendukung	53	51,0	51,0
Kurang mendukung	51	49,0	49,0
Self efficacy (Z)			
Valid Rendah	49	47,1	47,1
Tinggi	55	52,9	52,9
Transfer Pelatihan			
Valid Diterapkan	67	64,4	64,4
Kurang diterapkan	37	35,6	35,6

Sumber : diolah dari Lampiran 2